

ISSN 0216 - 3535



MAJALAH ILMIAH CEMERLANG

FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ASAHAN

EDISI 4

JULI - AGUSTUS 2008

I S I

- PERSEPSI MANAJER DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL PERUSAHAAN
Oleh : Fajar Pasaribu 1 - 14
- DAMPAK KUALITAS JASA AUDIT TERHADAP NILAI YANG DITERIMA KLIEN
Oleh : Widia Astuty 15 - 25
- DAMPAK DARI PENERAPAN ORGANISASI PEMBELAJARAN TERHADAP KOMPETISI
KERJA Oleh : Benni Purba 26 - 32
- TINJAUAN KRITIS ATAS UNDANG-UNDANG TENTANG PENYELESAIAN PERSELISIHAN
HUBUNGAN INDUSTRIAL Oleh : Ratna Halmahera Siagian 33 - 37
- DESKRIPSI KOMPREHENSIF ISTILAH-ISTILAH DALAM BAHASA INGGRIS
Oleh : Sempa Beru Perangin-angin 38 - 41
- AKTUALISASI FUNGSI HUKUM ADMINISTRASI NEGARA DALAM MEWUJUDKAN
PERINTAHAN YANG BAIK Oleh : Hitler Purba 42 - 48
- APLIKASI KONSEP FRAKTAL DALAM PENENTUAN KUALITAS RESAPAN
BAHAN BERSERAT Oleh : Kabinet 49 - 52
- PENGEMBANGAN SDM BERBASIS KOMPETENSI Oleh : Muhammad Nur Daud 53 - 58
- EVALUASI PENGGUNAAN BAHASA PADA PAPAN NAMA DAN REKLAME DI KOTAMEDAN
Oleh : Sahmiran Harahap 59 - 65
- PENGGUNAAN MEDIA PENDIDIKAN PADA PENGAJARAN MATEMATIKA DI SEKOLAH
MENENGAH Oleh : Thamrin Nasution 66 - 69
- ADMINISTRASI PENDIDIKAN BERBASIS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
Oleh : Evi Susilowati 70 - 74
- ARTI PENTING KALIBRASI PADA PROSES PENGUKURAN ANALITIK
Oleh : Iswanto Sembiring 75 - 78
- PENGGUNAAN SISTEM LAPIS PONDASI JALAN TANPA PENUTUP UNTUK JALAN
DI PEDESAAN Oleh : Irawa Kesuma 79 - 84
- PEMILIHAN DAN PENERAPAN TEKNIK MANAJEMEN LALU LINTAS
DI NEGARA-NEGARA YANG SEDANG BERKEMBANG Oleh : Abdi Abu Bakar 85 - 94
- TINJAUAN PENGGUNAAN CEK KOSONG SECARA YURIDIS SEBAGAI ALAT
PEMBAYARAN DALAM PERDAGANGAN Oleh : Rohani 95 - 103
- PERANAN HUKUM ISLAM DALAM PEMBANGUNAN HUKUM NASIONAL
Oleh : Siti Nurhayati 104 - 107
- PEMBANGUNAN DESA SECARA BERKELANJUTAN Oleh : Ismail T.A 108 - 111

Majalah Ilmiah Cemerlang adalah wadah informasi berupa hasil penelitian, studi kepustakaan atau telaah buku maupun tulisan ilmiah.

Terbit 6 (enam) kali setahun yaitu, pada bulan Januari-Februari, Maret – April, Mei – Juni, Juli – Agustus, September – Oktober, Nopember – Desember.

Penasehat

Prof. Dr. Ir. Darma Bakti, MS.

Penanggungjawab

Ir. H. M. Anwar Nasution, M.M.

Ketua Penyunting

Ir. Gustami Harahap, MP.

Anggota Penyunting

Dr. Ir. Hasanuddin, MS.

Ir. Syahminar Batubara, MSi.

Elfin Efendi, STP., MP.

Ir. Safruddin

Ir. Sri Susanti Ningsih

Sekretariat

Nakiah Matondang, SE.

Ir. Hasan Basri

Distributor

Ir. Lokot Ridwan Batubara

Ir. Kusmayadi

Ir. Maimunah Siregar

Ir. Ansuruddin Harahap

Ir. S. Edy Sumantri, MP.

Alamat Redaksi :

Fakultas Pertanian Universitas Asahan

Jl. Jend. Ahmad Yani Kisaran 21224

Telp. (0623) 347213

DAMPAK KUALITAS JASA AUDIT TERHADAP NILAI YANG DITERIMA KLIEN

Oleh : Widia Astuty

Dosen Fak. Ekonomi Univ. Muhammadiyah Sumatera Utara

Abstrak

Permasalahan di Bursa Efek Jakarta yang terjadi pada klien dan Kantor Akuntan Publik menunjukkan (1) persaingan yang ketat diantara sesama kantor akuntan publik (2) Klien cenderung memilih Kantor Akuntan Publik yang berafiliasi dengan *The Big Four*. (2) Klien di Bursa Efek Jakarta sejak peraturan Bapepam No. Kep-20/PM/2002 12 Nopember 2002 dan Menteri Keuangan No: 423/KMK-06/2002 dan 359/KMK/06/2003 melakukan pergantian Kantor Akuntan Publik tidak sesuai dengan peraturan rotasi. Hal tersebut dapat disebabkan oleh pengaruh kualitas jasa audit dan nilai yang diterima klien tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Keyword : Kualitas Jasa Audit, Nilai Yang Diterima Klien.

I. Pendahuluan

Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah satu dari banyak perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Bisnis jasa Kantor Akuntan Publik mempunyai perbedaan dengan bisnis jasa lain. Salah satu perbedaan itu adalah Kantor Akuntan Publik dalam menjalankan bisnisnya tidak dapat memihak kepada pengguna jasanya dan harus berdasarkan Standar Profesional Akuntan Publik dan Aturan Etika Kompartemen Akuntan Publik, serta peraturan lainnya yang berlaku. Kondisi ini menyebabkan bisnis jasa Kantor Akuntan Publik rawan dengan situasi konflik kepentingan, sebagai perusahaan bisnis jasa Kantor Akuntan Publik harus menjaga kelangsungan hidupnya dari hasil usaha jasanya dengan kebutuhan memperoleh dan mempertahankan klien tetapi disisi lain harus tetap menjaga kualitas jasa audit dengan bersikap independen yaitu tidak boleh memihak kepada pengguna jasanya.

Konflik kepentingan bertentangan dengan postulat Mautz dan Sharaf (1993) yang menyatakan bahwa auditor dan manajemen mempunyai tujuan yang cocok. Jika terjadi ketidakcocokan diantara auditor dan manajemen, auditor harus bertindak sesuai dengan profesinya, bukan memihak kepada manajemen. Lev (1979) membuktikan bahwa penyelesaian konflik kepentingan selalu berakhir dengan adanya tekanan manajemen kepada auditor untuk memihak kepada manajemen. Konrath (2002:3) menyatakan bahwa tujuan auditing adalah memberikan nilai tambah bagi laporan keuangan perusahaan, karena akuntan publik sebagai pihak yang ahli dan independen pada akhir pemeriksaannya akan memberikan pendapat mengenai kewajaran posisi keuangan, hasil usaha, laporan arus kas dan perubahan ekuitas.

Fenomena yang terjadi diantara manajemen dan auditor adalah adanya situasi konflik kepentingan.

Situasi konflik kepentingan diantara manajemen dan auditor ditunjukkan oleh terjadinya kasus-kasus akuntansi yang mengindikasikan rendahnya kualitas jasa audit di Bursa Efek. Kasus-kasus Akuntansi dilakukan oleh perusahaan di Bursa Efek Amerika yaitu *Adelphi, Cisco, Enron, Global Crossings, Lucent, MCI-WorldCom, Sunbeam, Tyco* dan *Xerox*. Demikian Juga di Indonesia, kasus akuntansi Kimia Farma dan Lippo dan kasus lainnya yang tidak dipublikasikan. Semua kasus akuntansi pada tahun 2002 tersebut terbukti karena kesalahan Akuntan dan Kantor Akuntan Publik *The Big-Five* yang dalam menyelesaikan konflik kepentingan dengan manajemen, akuntan publik dan Kantor Akuntan Publik menunjukkan tidak independen. Berdasarkan hal tersebut diperlukan perhatian yang berkelanjutan terhadap situasi yang dapat memicu konflik kepentingan.

II Kualitas Jasa Audit

2.1. Pengertian Auditing

Pengertian auditing menurut Arens, Elder dan Beasley, (2006:11) adalah :

"Auditing is the accumulation and evaluation of evidence about information to determine and report on the degree of correspondence between the information and established criteria. Auditing should be done by a competent, independent person".

Konrath (2002:3) menjelaskan *auditing* sebagai suatu proses sistematis yang secara objektif mendapatkan dan mengevaluasi bukti mengenai asersi tentangkegiatan-kegiatan dan kejadian-kejadian ekonomi untuk meyakinkan tingkat keterkaitan antara asersi tersebut dan criteria yang telah ditetapkan dan

mengkomunikasikan hasilnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Boynton dan Johnson (2006: 6) menyatakan bahwa pengertian auditing sebagai berikut

"Auditing is a Systematic process of objectively obtaining and evaluating evidence regarding assertions about economic actions and events to ascertain the degree of correspondence between those assertions and established criteria and communicating the results to interested users."

Dari pengertian *auditing* tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa *auditing* adalah suatu proses sistematis yang dilakukan oleh seorang yang ahli dan independen untuk mendapatkan dan mengevaluasi bukti hasil kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan (klien), dengan tujuan menetapkan tingkat kesesuaian (kewajaran) antara pernyataan dengan kriteria yang ditetapkan dan selanjutnya mengkomunikasikan dalam bentuk laporan kepada pemakai yang berkepentingan. Seorang ahli dan independen selanjutnya disebut Akuntan Publik.

Arens, Elder dan Beasley (2006 : 15-16) membagi audit atas beberapa jenis : *Operational audit*, *Compliance audit* dan *financial audit*. *Operational audit* merupakan *review* atas bagian-bagian dari prosedur operasi dan metode suatu organisasi dengan tujuan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektifitas. Pada akhir pelaksanaan *operational audit*, biasanya manajemen mengharapkan dapat memperoleh saran-saran untuk memperbaiki kegiatan operasinya. *Operational audit* bisa dilakukan oleh *internal auditor*, *external auditor* dan *management consultant*.

Tujuan *compliance audit* adalah untuk menentukan apakah *auditee* mentaati prosedur, persyaratan atau peraturan tertentu yang telah ditetapkan oleh otoritas yang lebih tinggi. Hasil *compliance audit* biasanya dilaporkan kepada seseorang dalam organisasi yang diaudit (*top management*). Biasanya *compliance audit* dilakukan oleh internal auditor, kantor akuntan publik, Badan Pemeriksa Keuangan (BPK), Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP)

Financial statement audit dilakukan untuk menentukan apakah laporan keuangan secara keseluruhan (neraca, laba rugi, perubahan ekuitas, arus kas dan catatan atas laporan keuangan) disajikan sesuai dengan kriteria tertentu. Biasanya kriteria tertentu tersebut adalah prinsip akuntansi yang berlaku umum, walaupun bisa juga audit dilakukan atas laporan keuangan yang disusun berdasarkan cash basis atau dasar akuntansi lain

yang sesuai untuk organisasi tersebut. *Financial statement audit* biasanya dilakukan oleh kantor akuntan publik, koperasi jasa audit, BPK dan BPKP. Selain itu ada jenis pemeriksaan lainnya, yaitu *internal audit* (pemeriksaan intern) dan *computer audit*.

Auditor mengkomunikasikan hasil pekerjaan auditnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan. komunikasi tersebut merupakan puncak dari proses atestasi dan mekanismenya adalah laporan audit. Audit report tersebut digabungkan dengan laporan keuangan dalam laporan tahunan kepada pemegang saham dan menjelaskan ruang lingkup audit, dan temuan-temuan audit. Temuan tersebut dilaporkan dalam bentuk pendapat (opinion) mengenai kewajaran laporan keuangan, yang telah disusun oleh manajemen, maksudnya apakah posisi keuangan, hasil usaha, perubahan ekuitas dan arus kas telah disajikan secara wajar. Pihak-pihak yang berkepentingan khususnya pemegang saham, investor, pemerintah, dan masyarakat.

Menurut Standar Profesional Akuntan Publik (PSA 29), ada lima jenis pendapat akuntan, yaitu :

- (1). Pendapat wajar tanpa pengecualian (*Unqualified Opinion*)
- (2). Pendapat wajar tanpa pengecualian dengan bahasa penjelasan yang ditambahkan dalam laporan audit bentuk baku (*Unqualified opinion with explanatory language*)
- (3). Pendapat wajar dengan pengecualian (*Qualified opinion*)
- (4). Pendapat tidak wajar (*Adverse opinion*)
- (5). Pernyataan tidak memberikan pendapat (*Disclaimer opinion*)

1. Pendapat Wajar Tanpa Pengecualian

Jika auditor telah melaksanakan pemeriksaan sesuai dengan standar auditing yang ditentukan oleh Ikatan Akuntan Indonesia, seperti yang terdapat dalam standar profesional Akuntan publik, dan telah mengumpulkan bahan-bahan pembuktian (*audit evidence*) yang cukup untuk mendukung opininya, serta tidak menemukan adanya kesalahan material atau penyimpangan dari prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia, maka auditor dapat memberikan pendapat wajar tanpa pengecualian. Dengan pendapat wajar tanpa pengecualian, auditor menyatakan bahwa laporan keuangan menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan, hasil (usaha, perubahan ekuitas, dan arus kas suatu entitas sesuai dengan

prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.

2. Pendapat wajar tanpa pengecualian dengan bahasa penjelasan yang ditambahkan dalam laporan audit bentuk baku.

Pendapat ini diberikan jika terdapat keadaan tertentu yang mengharuskan auditor menambahkan paragraf penjelasan (atau bahasa penjelasan lain) dalam laporan audit, meskipun tidak mempengaruhi pendapat wajar tanpa pengecualian yang dinyatakan oleh auditor.

3. Pendapat Wajar Dengan Pengecualian

Kondisi tertentu mungkin memerlukan pendapat wajar dengan pengecualian. Pendapat wajar dengan pengecualian menyatakan bahwa laporan keuangan menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan, hasil usaha, perubahan ekuitas dan arus kas sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia, kecuali untuk dampak hal yang berkaitan dengan yang dikecualikan.

4. Pendapat Tidak Wajar

Suatu pendapat tidak wajar menyatakan bahwa laporan keuangan tidak menyajikan secara wajar posisi keuangan, hasil usaha, perubahan ekuitas dan arus kas sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. pendapat ini dinyatakan bila menurut pertimbangan auditor, laporan keuangan secara keseluruhan tidak disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia.

5. Pernyataan Tidak Memberikan Pendapat

Suatu pernyataan tidak memberikan pendapat menyatakan bahwa auditor tidak menyatakan pendapat atas laporan keuangan. Auditor dapat tidak menyatakan suatu pendapat bilamana ia tidak dapat merumuskan atau tidak merumuskan suatu pendapat tentang kewajaran laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. Jika auditor menyatakan tidak memberikan pendapat, laporan auditor harus memberikan semua alasan substantif yang mendukung pernyataannya tersebut.

2.2. Jasa Kantor Akuntan Publik

Pengertian jasa telah banyak dikemukakan oleh beberapa ahli sebagai berikut :

Han dan Leong, (2000:55) menyatakan pengertian jasa adalah:

"A service is process. The process for a particular service consists of many backstage and frontstage activities where the customer interacts with the service organization. The purpose of this interaction is to satisfy some needs and wants of the customer, in a way that meets the customer's expectations and gives value to the customer"

Kotler (2006: 444) menyatakan jasa adalah:

"A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It's production may or may not be tied to a physical product"

Pendapat lain tentang jasa dikemukakan oleh Zeithaml and Bitner (2003:3) : *"Service are deeds, process and performances"*.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kinerja dimana satu pihak dapat menawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, serta produksinya mungkin berkaitan atau tidak berkaitan dengan produk fisik.

Kantor Akuntan publik (KAP) menurut Aturan Etika Kompartemen Akuntan Publik (IAI 20000.1-20000.6) adalah : suatu bentuk organisasi akuntan publik yang memperoleh izin sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berusaha di bidang pemberian jasa profesional dalam praktik akuntan publik. Selanjutnya, Praktik akuntan publik adalah pemberian jasa professional kepada klien yang dilakukan oleh anggota Ikatan Akuntan Indonesia-Kompartemen Akuntan Publik yang berupa jasa audit , jasa atestasi, jasa akuntansi dan review, perpajakan, perencanaan keuangan perorangan , jasa pendukung litigasi dan jasa lainnya yang diatur dalam Standar Profesional Akuntan Publik.

Sebagai perusahaan jasa yang mempunyai Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) dan Kode Etik Akuntan, maka iklan, promosi dan kegiatan pemasaran lainnya yang dilakukan oleh Kantor Akuntan Publik sesuai dengan Aturan Etika Kompartemen Akuntan Publik (IAI 20000.1-20000.6 :502) yang mengatur Iklan, Promosi dan kegiatan pemasaran lainnya yaitu : Anggota dalam menjalankan praktik akuntan publik diperkenankan mencari klien melalui pemasangan iklan, melakukan promosi pemasaran dan kegiatan pemasaran sepanjang tidak merendahkan citra profesi.

Beberapa aturan berkenaan dengan jasa Kantor Akuntan Publik di Indonesia adalah Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor : 423/KMK-06/2002, dan

Peraturan perubahannya Nomor :359/KMK-06/2003 yang ditunjukkan pada Lampiran 11. Selain itu adalah Peraturan Bapepam Nomor : Kep-20/PM/2002 per tanggal 12 Nopember 2002 yang mengatur Kantor Akuntan Publik yang memberikan jasa audit di pasar modal yaitu : "Dalam memberikan jasa profesional, khususnya dalam memberikan opini atau penilaian , Akuntan wajib senantiasa mempertahankan sikap independen. Akuntan tidak independen apabila selama periode audit dan selama periode penugasan profesionalnya, baik akuntan, Kantor Akuntan Publik, maupun orang dalam Kantor Akuntan Publik :

- a. Mempunyai kepentingan keuangan langsung atau tidak langsung yang material pada klien, seperti :
 - 1) Investasi pada klien
 - 2) Kepentingan keuangan lain pada klien yang dapat menimbulkan benturan kepentingan.
- b. Mempunyai hubungan pekerjaan dengan klien seperti :
 - 1) Merangkap sebagai karyawan kunci pada klien
 - 2) Memiliki anggota keluarga dekat yang bekerja pada klien sebagai karyawan kunci dalam bidang akuntansi dan keuangan
 - 3) Mempunyai mantan rekan atau karyawan profesional dari Kantor Akuntan Publik yang bekerja pada klien sebagai karyawan kunci dalam bidang akuntansi dan keuangan, kecuali setelah lebih dari 1 (satu) tahun tidak bekerja lagi pada Kantor Akuntan Publik yang bersangkutan; atau
 - 4) Mempunyai rekan atau karyawan profesional dari Kantor Akuntan Publik yang sebelumnya pernah bekerja pada klien sebagai karyawan kunci dalam bidang akuntansi dan keuangan , kecuali yang bersangkutan tidak ikut melaksanakan audit terhadap klien tersebut dalam periode audit.
- c. Mempunyai hubungan usaha secara langsung atau tidak langsung yang material dengan klien, atau dengan karyawan kunci yang bekerja pada klien , atau dengan pemegang saham utama klien. Hubungan usaha dalam butir ini tidak termasuk hubungan usaha dalam hal akuntan , Kantor Akuntan Publik atau orang dalam Kantor Akuntan Publik memberikan jasa audit atau non audit kepada klien, atau merupakan konsumen dari produk barang atau jasa klien dalam rangka menunjang kegiatan rutin.
- d. Memberikan jasa-jasa non audit kepada klien seperti :
 - (1) pembukuan atau jasa lain yang berhubungan dengan catatan akuntansi klien atau laporan keuangan
 - (2) Desain system informasi keuangan dan implementasi
 - (3) Penilaian atau opini karyawan (*fairness opinion*)
 - (4) Aktuaria;
 - (5) Audit internal;
 - (6)Konsultasi manajemen;
 - (7) Konsultasi

sumberdaya manusia; (8) Konsultasi perpajakan; (9) Penasihat investasi dan keuangan;atau (10) Jasa-jasa lain yang dapat menimbulkan benturan kepentingan

- e. Memberikan jasa atau produk kepada klien dengan dasar fee Kontijen atau komisi, atau menerima fee Kontijen atau komisi dari klien.

Pembatasan Penugasan Audit

- a. Pemberian jasa audit umum atas laporan keuangan klien hanya dapat dilakukan oleh Kantor Akuntan Publik paling lama untuk 5 (lima) tahun buku berturut-turut dan oleh seorang Akuntan paling lama untuk 3 (tiga) tahun buku berturut-turut.
- b. Kantor Akuntan Publik dan Akuntan dapat menerima penugasan audit kembali untuk klien tersebut setelah 3 (tiga) tahun buku secara berturut-turut tidak mengaudit klien tersebut.
- c. Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b di atas tidak berlaku bagi laporan keuangan interim yang diaudit untuk kepentingan peredaran umum.

2.3. Kualitas Jasa Audit

2.3.1. Kualitas Jasa Audit Menurut Perspektif Auditor

DeAngelo (1981) menyatakan kualitas audit adalah probabilitas seorang auditor menemukan dan melaporkan adanya penyelewengan dalam sistem akuntansi klien. Probabilitas penemuan penyelewengan tergantung pada kemampuan teknikal auditor (seperti pengalaman auditor, pendidikan, profesionalisme dan struktur audit perusahaan). Probabilitas auditor untuk melaporkan penyelewengan yang terjadi dalam sistem akuntansi klien tergantung pada independen auditor.

Menurut Khomsiyah dan Indriyantoro, (1998) untuk dapat memenuhi kualitas audit yang baik maka auditor dalam menjalankan profesinya sebagai pemeriksa harus berpedoman pada kode etik, standar profesi dan standar Akuntansi Keuangan yang berlaku di Indonesia. Setiap auditor harus mempertahankan integritas dan objektivitas dalam melaksanakan tugasnya dengan bertindak adil tanpa dipengaruhi tekanan atau permintaan pihak tertentu untuk memenuhi kepentingan pribadinya.

Kualitas Jasa audit berdasarkan Standar Profesi Akuntan Publik (2001) , audit yang dilaksanakan auditor dapat dikatakan berkualitas jika memenuhi ketentuan atau standar pengauditan . Standar Pengauditan mencakup mutu profesional (*professional qualities*), auditor independen, pertimbangan (*judgement*) yang

digunakan dalam pelaksanaan audit dan penyusunan laporan audit.

Akuntan publik dalam melaksanakan jasa audit harus mentaati standar auditing, standar pengendalian mutu, kode etik dan aturan etika kompartemen akuntan publik. Standar auditing yang telah ditetapkan dan disahkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia, (IAI, SPAP,2001:150.1 dan 2) terdiri dari sepuluh (10) standar yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok besar yaitu :

1) Standar Umum

(1) Audit harus dilaksanakan oleh seorang atau lebih yang memiliki keahlian dan pelatihan teknis yang cukup sebagai auditor; (2) Dalam semua hal yang berhubungan dengan perikatan, independensi dalam sikap mental harus dipertahankan oleh auditor (3) Dalam pelaksanaan audit dan penyusunan laporannya, auditor wajib menggunakan kemahiran profesionalnya dengan cermat dan seksama.

2) Standar Pekerjaan Lapangan

(1) Pekerjaan harus direncanakan sebaik-baiknya dan jika digunakan asisten harus disupervisi dengan semestinya; (2) pemahaman yang memadai atas pengendalian intern harus diperoleh untuk merencanakan audit dan menentukan sifat, saat dan lingkup pengujian yang akan dilakukan ; (3) Bukti audit kompeten yang cukup harus diperoleh melalui inspeksi, pengamatan, permintaan pelanggan dan konfirmasi sebagai dasar memadai untuk menyatakan pendapat atas laporan keuangan yang diaudit.

3). Standar Pelaporan

(1) laporan auditor harus menyatakan apakah laporan keuangan telah disusun sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia; (2) laporan auditor harus menunjukkan atau menyatakan , jika ada ketidak konsistenan penerapan prinsip akuntansi dalam penyusunan laporan keuangan periode berjalan dibandingkan dengan penerapan prinsip akuntansi tersebut dalam periode sebelumnya; (3) Pengungkapan informatif dalam laporan keuangan harus dipandang memadai, kecuali dinyatakan lain dalam laporan auditor; (4) Laporan auditor harus memuat suatu pernyataan pendapat mengenai laporan keuangan secara keseluruhan atau asersi bahwa pernyataan demikian tidak dapat diberikan. Jika pendapat secara keseluruhan tidak dapat diberikan, maka alasannya harus dinyatakan.

2.3.2. Kualitas Jasa Audit Menurut Perspektif Klien dan Auditor

Pengertian kualitas jasa audit menurut klien dan auditor diungkapkan oleh Behn et.al. 1997 . Kualitas jasa audit menurut perspektif klien dan auditor

digunakan sebagai usaha memperkecil perbedaan kepentingan di antara klien dan auditor. Dukungan teori dari kualitas jasa audit menurut perspektif klien dan auditor dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengalaman Melakukan Audit

Di dalam melaksanakan tugas audit sampai suatu pernyataan pendapat, auditor harus senantiasa bertindak sebagai seorang ahli dalam bidang akuntansi dan bidang auditing. Pencapaian keahlian tersebut dimulai dengan pendidikan formalnya yang diperluas melalui pengalaman-pengalaman selanjutnya dalam praktik audit, (SPAP. 2001).

2) Memahami Industri Klien

Woolf (1997:11) mengemukakan bahwa auditor tidak hanya memperhatikan akun-akun dalam laporan keuangan , tetapi juga memperhatikan keadaan dan lingkungan bisnis klien. Selain dapat membuat audit lebih berkualitas, memahami industri klien juga berguna untuk memberi masukan agar klien beroperasi lebih efisien. Keunggulan tersebut akan bermanfaat bagi klien untuk melakukan perbaikan-perbaikan dan akan memberikan memberikan tingginya nilai yang diterima klien

3) Responsif Atas Kebutuhan Klien

Penilaian kualitas jasa dapat dilaksanakan dengan memahami kebutuhan klien pengguna jasa (Parasuraman dalam Glyn dan Barnes 1996:151). Mahon (1982) dalam penelitian tentang kualitas jasa audit dengan melakukan suatu interview terhadap pihak-pihak kliennya, menyimpulkan bahwa yang membuat klien memutuskan pilihannya terhadap suatu Kantor Akuntan Publik adalah kesungguhan Kantor Akuntan Publik tersebut memperhatikan kebutuhan kliennya. Adanya keunggulan ini akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien .

4) Taat Pada Standar Umum

Standar Profesi Akuntan Publik (2001) Standar Umum bersifat pribadi dan berkaitan dengan persyaratan auditor dan mutu kerjanya dan berbeda dengan standar yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan lapangan dan pelaporan auditor. Syarat utama untuk menjadi auditor adalah ia harus memiliki latar belakang pendidikan formal akuntansi dan auditing serta berpengalaman baik secara langsung maupun tidak langsung dalam bidang auditing.

5. Independensi

Independensi adalah suatu istilah yang sering digunakan oleh profesi auditor. Boynton dan Johnson (2006:56) mendefinisikan auditor independen sebagai berikut : *Independence is the cornerstone of the auditing profession. It means that the auditor neutral about the entity and, therefore, objective.* Arens (2006) mendefinisikan independensi sebagai suatu pendapat

yang tidak bias dalam kinerja pengujian audit (*audit test*), evaluasi hasil dan penerbitan laporan audit. Independensi secara esensial merupakan sikap pikiran seseorang yang dicirikan oleh pendekatan integritas dan objektivitas tugas profesional auditor. Hal ini senada dengan *American Institute of Certified Public Accountant (AICPA)* yang menyatakan bahwa independensi adalah suatu kemampuan untuk bertindak berdasarkan integritas dan objektivitas.

6. Sikap hati-hati

Kesalahan dapat dideteksi jika auditor memiliki keahlian dan kecermatan. Ahli diartikan sebagai ahli akuntansi dan audit, Standar profesi Akuntan Publik (2001). Menurut Mautz dan Sharaf, (1993) Cermat menekankan pada pencarian tipe-tipe kesalahan yang mungkin ada melalui sikap hati-hati. Dengan sikap kehati-hatian ini akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien dan membuat klien tetap loyal.

4) Komitmen yang Kuat Terhadap Kualitas Audit

Behn et.al.(1997) menyatakan bahwa Auditor dalam melaksanakan kerjanya harus meningkatkan koordinasi dan hubungan dengan Kantor Akuntan Publik yang besar dan berskala internasional. Dengan demikian, diharapkan auditor akan mampu menyajikan informasi-informasi yang sedang berkembang di berbagai negara, terutama yang ada hubungannya dengan bidang usaha klien, sehingga kualitas kerja auditor akan meningkat selaras dengan peningkatan pengetahuannya yang lintas negara.

5) Keterlibatan Pimpinan Kantor Akuntan Publik

Kolb (1995) mengatakan untuk tujuan perbaikan kinerja peran yang dimainkan oleh pimpinan adalah sangat besar. Perbaikan kinerja yang terus-menerus dapat dilakukan dengan komunikasi yang harmonis. Clampit dan Downs (1995) menyimpulkan bahwa kepuasan berkomunikasi yang diterima oleh seluruh pekerja berdampak pada produktivitas.

9) Melakukan Pekerjaan Lapangan Yang Tepat

Standar pekerjaan lapangan yang pertama mengharuskan bahwa pekerjaan harus direncanakan sebaik-baiknya dan jika digunakan asisten harus disupervisi dengan semestinya. Dalam perencanaan auditnya, auditor harus mempertimbangkan sifat, luas dan saat pekerjaan yang harus dilaksanakan dan membuat suatu program audit secara tertulis, Standar Profesi Akuntan Publik (2001); dengan perencanaan yang matang dan tepat akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien

10) Keterlibatan Komite Audit

Komite audit berfungsi untuk memberikan pandangan mengenai masalah-masalah yang berhubungan dengan kebijakan keuangan, akuntansi dan pengendalian intern. Tujuan pembentukan komite audit adalah :

- (1) Memastikan laporan keuangan yang dikeluarkan tidak menyesatkan dan sesuai dengan praktik akuntansi yang berlaku umum.
- (2) Memastikan bahwa kontrol internalnya memadai
- (3) Menindaklanjuti terhadap dugaan adanya penyimpangan yang material di bidang keuangan dan implikasi hukumnya
- (4) Merekomendasikan seleksi auditor eksternal.

Selanjutnya Menon dan William (1994) menyatakan bahwa dengan melibatkan komite audit dalam pelaksanaan audit dapat membantu auditor. Berdasarkan hal tersebut banyak Kantor Akuntan Publik yang membantu kliennya dalam pembentukan komite audit. Melalui keunggulan tersebut akan bermanfaat bagi klien untuk melakukan perbaikan-perbaikan dengan demikian akan memberikan tingginya nilai yang diterima klien dan membuat klien tetap loyal.

11) Standar Etika yang Tinggi

Loeb (1971) menemukan bahwa akuntan-akuntan di Kantor Akuntan Publik besar lebih mungkin berperilaku etikal daripada akuntan-akuntan di kantor akuntan publik kecil. Rest (1986) menyatakan bahwa pemahaman (kesadaran) moral merupakan bagian dari kapasitas keseluruhan individual untuk mererangka dan memecahkan masalah-masalah etika. Sehingga untuk meningkatkan akuntabilitas, seorang auditor harus menegakkan etika profesional yang tinggi, agar timbul kepercayaan dari masyarakat.

12) Tidak Mudah Percaya

Standar Profesi Akuntan Publik (2001) menyatakan bahwa audit atas laporan keuangan berdasarkan atas standar auditing yang ditetapkan Ikatan Akuntan Publik harus direncanakan dan dilaksanakan dengan sikap skeptisme profesional. Hal ini mengandung arti bahwa auditor tidak boleh menganggap manajemen sebagai orang yang tidak jujur namun juga tidak boleh menganggap manajemen sebagai orang yang tidak jujur namun juga tidak boleh menganggap bahwa manajemen sebagai orang yang tidak diragukan lagi kejujurannya.

13) Komisaris Independen.

Aturan yang mengatur dewan komisaris independen bagi perusahaan publik dikeluarkan salah satunya oleh Direksi Bursa Efek Jakarta melalui Surat Keputusan No. :Kep-339/BEJ/07-2001 dan Kep-305/BEJ/07-2004 tentang Komisaris independen yang jumlahnya secara proporsional sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh bukan pemegang saham pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independent sekurang-kurangnya 30 % dari seluruh jumlah anggota komisaris.

Hubungan yang baik antara auditor eksternal dengan komisaris independen yang bertujuan untuk menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam rangka perlindungan terhadap pemegang saham minoritas dan pihak-pihak lain yang terkait yang tinggi menyebabkan kualitas jasa audit tinggi, sehingga menyebabkan nilai yang diterima klien dan loyalitas juga tinggi.

14) Pengetahuan Staff Auditor dan Auditor Eksternal yang Cukup

Standar Profesional Akuntan Publik (2001) menyatakan bahwa staff auditor dan auditor harus mempunyai pengetahuan yang cukup. Auditor harus memperoleh pengetahuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan sifat bisnis satuan usaha, organisasinya dan karakteristik operasinya. Hal tersebut mencakup misalnya, tipe bisnis, tipe produk dan jasa, struktur modal, pihak yang mempunyai hubungan yang istimewa, lokasi dan metode produksi, distribusi serta kompensasi. Auditor juga harus mempertimbangkan hal-hal yang mempengaruhi industri tempat operasi satuan usaha, seperti kondisi ekonomi, peraturan pemerintah, serta perubahan teknologi yang berpengaruh terhadap auditnya. Hal lain yang harus dipertimbangkan oleh auditor adalah praktek akuntansi yang umum berlaku di industri, kondisi persaingan dan ratio keuangan. Standar Profesi Akuntan Publik (2001).

15) Realisasi Janji yang Sesuai Jadwal.

Banyak hal penting yang dibutuhkan manajemen dalam rangka mencapai keunggulan bersaing (Borthick dan Roth dalam Young :1994: 151). Mereka juga mengatakan bahwa waktu juga dapat dijadikan alat untuk mengevaluasi kinerja. Aplikasi terhadap kebutuhan waktu tampak pada harapan manajemen untuk menghilangkan waktu yang tidak memiliki kontribusi (*non contributing time*) pada keunggulan bersaing serta penggunaan konsep *just in time* dalam memproduksi. Pengelolaan waktu juga tampak dalam proses pengambilan keputusan.

III. Nilai Yang Diterima Klien

James G. Barnes (2001:99) mengatakan konsep tentang nilai sangat penting untuk mencapai sukses pemasaran, nilai yang diterima klien merupakan batu loncatan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Nilai sebagai pemicu kepuasan pelanggan dan konsep penciptaan dan penambahan nilai adalah konsep solid yang membutuhkan perhatian manajemen. Isu fundamental yang harus dipahami oleh para manajer jika mereka ingin menarik dan mempertahankan pelanggan adalah dengan mengetahui bagaimana menciptakan dan menambahkan nilai yang diterima pelanggan bagi pelanggannya.

Griffin (2002:133) menyatakan bahwa "sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya"

Zeitham (2000:442) berpendapat bahwa nilai merupakan keseluruhan persepsi pelanggan atas kemanfaatan suatu produk berdasarkan kepada apa yang ia berikan, dengan apa yang ia terima, meskipun persepsi ini menjadi sangat bervariasi, mengingat setiap orang dapat memiliki persepsi yang berbeda (ada yang cenderung kepada volume, kualitas yang tinggi atau kenyamanan) sementara itu beberapa pelanggan memasukkan pula waktu dan upaya/effort ke dalam besaran biaya yang dikeluarkannya.

Zeithami dan Bitner (2003:490) membagi nilai menjadi 4 (empat) arti yaitu :

1. Nilai adalah harga yang rendah. Beberapa pelanggan menyamakan nilai dengan harga yang rendah, ini menunjukkan bahwa apa yang mereka berikan dalam bentuk uang adalah yang paling penting bagi persepsi mereka.
2. Nilai adalah apa saja yang saya inginkan dalam produk dan jasa. Beberapa pelanggan menekankan pada manfaat yang mereka terima dari suatu jasa atau produk sebagai komponen yang paling penting daripada kualitas.
3. Nilai adalah kualitas yang didapat dari harga yang didapatkan. Beberapa pelanggan lain melihat nilai sebagai pertukaran antara uang yang mereka bayarkan dengan kualitas yang mereka terima.
4. Nilai adalah apa yang saya dapat dari apa yang saya berikan. Beberapa pelanggan lagi mempertimbangkan semua manfaat yang mereka terima sama dengan semua yang mereka korbankan (uang, waktu, tenaga).

James G. Barnes (2001:104) menyatakan bahwa nilai bersifat pribadi, "*value is all that I get for all that I give*, adalah definisi nilai dalam pandangan menyeluruh dimana pelanggan memandang nilai tidak hanya berkaitan dengan harga yang mereka bayar. Nilai dipersepsikan berbeda oleh berbagai segmen. Pelanggan mengkombinasikan berbagai elemen yang bervariasi, akibatnya apa yang dianggap berharga atau merupakan elemen penting dalam proporsi nilai seorang pelanggan, belum tentu dianggap berharga oleh orang lain. Nilai dapat diciptakan dalam berbagai cara yang berbeda, untuk itu perusahaan harus menyadari bentuk nilai yang dianggap penting oleh segmen pasar dan darimana sumber nilai tersebut di peroleh.

Peter Duchessi (2002:1) kunci sukses dari dunia bisnis saat ini adalah Nilai pelanggan . Perusahaan harus menciptakan nilai untuk para pelanggannya atau menghadapi konsekuensi penurunan loyalitas pelanggan, penurunan market share, profit. Jadi ini merupakan hal yang paling esensial bagi perusahaan.

Hoffman, Bateson (2002:166) menyatakan bahwa pendapat pembeli mengenai nilai mewakili suatu pertukaran antara manfaat yang dirasakan mengenai jasa yang dibeli dengan pengorbanan yang dirasakan berkaitan dengan biaya yang harus dibayar. Biaya pelanggan secara keseluruhan tidak hanya mencakup harga atau nilai uang (*monetary price*) yang dibayarkan untuk memperoleh jasa. Ada biaya-biaya lain yang mencakup biaya waktu (*time cost*), biaya tenaga (*energy cost*) dan biaya pikiran (*psychic cost*) yang mencerminkan waktu dan masalah yang dapat menjadi beban bagi pelanggan untuk memperoleh jasa. Demikian juga nilai pelanggan secara keseluruhan tidak lebih dari sekedar nilai produk (*product value*) tetapi mencakup pula nilai pelayanan (*service value*), nilai orang (*personel value*) dan citra (*image value*). Penjabaran dari nilai pelanggan tersebut diatas adalah :

1. *Monetary price* : harga sejumlah uang tertentu yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk
2. *Time cost* : waktu yang digunakan oleh pelanggan untuk memperoleh jasa.
3. *Energy cost* : energi secara fisik yang digunakan oleh pelanggan untuk memperoleh jasa.
4. *Psychic cost* : energi mental yang digunakan oleh pelanggan untuk memperoleh jasa.
5. *Product value* : nilai yang diberikan pelanggan bagi suatu produk
6. *Service value* : nilai yang diberikan pelanggan mengenai pelayanan yang diterima
7. *Image value* : nilai yang diberikan pelanggan mengenai citra tentang jasa atau penyedia jasa
8. *Personnel value* : nilai yang diberikan pelanggan bagi orang yang memberikan pelayanan

Kotler (2006: 34) mendefinisikan nilai yang diterima pelanggan adalah :

"Customer delivered value is the difference between total customer value and total customer cost. Total customer value is bundle of benefit customer expect from a give product or service. Total customer cost is the bundle of cost customer expect to incur in evaluating, obtaining, using and disposing of the product or service"

Selanjutnya Kotler (2006 : 85) menyatakan bahwa pelanggan ingin memaksimalkan nilai. Nilai yang diterima pelanggan adalah perbandingan antara

nilai total dengan biaya total yang timbul dari pembelian atau pemakaian barang atau jasa dari pelanggan. Nilai total meliputi semua nilai yang diperoleh dari produk (*product value*), nilai yang diterima pelanggan (*service value*), personil penjual (*personnel value*) dan citra perusahaan (*image value*) sedangkan biaya total pelanggan (*total customer cost*) meliputi harga yang harus dibayar (*monetary price*) oleh pelanggan, biaya waktu (*time cost*), biaya energi yang dikeluarkan (*energy cost*) dan biaya psikis.

IV. Dampak Kualitas Jasa Audit Terhadap Nilai Yang Diterima Klien

Mautz dan Sharaf (1993) menyatakan postulat bahwa tidak ada konflik kepentingan antara auditor dan manajemen, karena kedua pihak tersebut mempunyai tujuan yang cocok (*compatible*). Sesuai postulat yang dikemukakan oleh Mautz dan Sharaf (1993) maka teori auditing yang merupakan *grand theory* dalam penelitian ini yaitu pengertian auditing dikemukakan oleh Arens (2006 :11) : *"Auditing is the accumulation and evaluation of evidence about information to determine and report on the degree of correspondence between the information and established criteria. Auditing should be done by a competent, independent person"*.

Dari pengertian ini auditing harus dilakukan oleh seorang yang kompeten dan independen menunjukkan bahwa di dalam *grand theory* auditing terdapat *midle theory* yaitu teori kualitas jasa audit. Teori kualitas jasa audit berkembang karena adanya hubungan yang cocok dan saling menguntungkan antara Kantor Akuntan Publik dengan pengguna jasanya secara langsung (klien) maupun pengguna jasa yang tidak secara langsung (investor, kreditor, pemerintah). Sejalan dengan usaha untuk meningkatkan kualitas jasa audit dengan diterbitkannya Standar Profesional Akuntan Publik, Aturan Etika Kompartemen Akuntan Publik dan peraturan lainnya berbagai penelitian terdahulu merumuskan teori kualitas jasa audit menurut perspektif auditor (Mock Samet 1982).

Pada perkembangan selanjutnya kondisi yang dihadapi Kantor Akuntan Publik adalah persaingan tajam diantara sesama Kantor Akuntan Publik . Persaingan tajam ini menurut hasil penelitian dapat memicu konflik kepentingan antara klien dan auditor (Knapp 1985, Shockley 1981 dan Lev 1979). Berdasarkan temuan peneliti terdahulu tentang adanya konflik kepentingan di dalam praktek auditing dan *suporting theory* Kotler (2006) menyatakan bahwa konflik kepentingan karena adanya kesenjangan antara kualitas jasa yang dipersepsikan manajemen (klien) dengan kualitas jasa yang dipersepsikan auditor, maka

untuk memperkecil kesenjangan itu diperlukan suatu persamaan persepsi. Persamaan persepsi antara manajemen (klien) dan auditor dapat dilakukan dengan mencari ukuran kualitas jasa audit diantara kedua belah pihak. Behn *et.al* (1997) Soekrisno Agoes (2003) telah melakukan penelitian yang mengukur 12 atribut kualitas jasa audit menurut perspektif klien dan perspektif auditor.

Kotler (1997) dalam Sivadas dan Baker-Prewitt (2000:73) menyatakan bahwa dalam sebuah lingkungan persaingan yang ketat, perusahaan harus berorientasi kepada pelanggan. Begitu juga Kantor Akuntan Publik sebagai perusahaan harus memahami bagaimana klien mereka mempersepsikan jasa yang mereka beli. Kantor Akuntan Publik harus mampu mendeteksi dimensi-dimensi kualitas jasa audit menurut perspektif klien. Perlunya untuk melihat perspektif klien adalah selain dapat menciptakan keunggulan bersaing, juga dikarenakan kualitas jasa merupakan keseluruhan kesan klien terhadap jasa yang ditawarkan (Bitner. *et.al* : 1994).

Kualitas jasa audit menurut perspektif klien menjadi faktor penting karena pada saat ini, proses pemilihan maupun pergantian Kantor Akuntan Publik diduga karena klien mempunyai kebebasan untuk memilih ataupun mengganti auditor, juga karena bertambahnya jumlah Kantor Akuntan Publik yang memenuhi kriteria Badan Pengawas Pasar Modal, yang berarti pada saat ini Kantor Akuntan Publik menghadapi persaingan tajam.

Melalui berbagai penelitian pada perusahaan jasa Parasuraman (1985) berhasil mengidentifikasi 10 dimensi kualitas jasa yang diharapkan oleh pelanggan dan pada perkembangannya dimodifikasi dan disederhanakan menjadi 5 (lima) dimensi kualitas jasa yaitu : *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*. Zeitham *et.al* (1990) menyatakan bahwa kelima dimensi kualitas jasa tidak boleh berdiri sendiri akan tetapi satu sama lain saling mengisi atau melengkapi dan merupakan hubungan secara utuh. Model yang dikemukakan adalah *service quality model*, model ini berdasarkan pemikiran bahwa adanya kesenjangan kualitas jasa harapan dan kualitas jasa yang diterima menyebabkan gagalnya atau berhasilnya penyampaian jasa.

Kualitas jasa audit dari perspektif klien dan auditor, dikemukakan oleh Sukrisno, Agoes (2003) yaitu meneliti dari sudut pandang emiten dan auditor yang mengemukakan pengaruh penerapan standar auditing dan penerapan standar pengendalian mutu terhadap kualitas audit dan pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan pengguna laporan keuangan dengan menggunakan 12 atribut kualitas audit Behn *et.al*. (1997). Behn *et al.* (1997) menggunakan ukuran

kualitas jasa dari perspektif menurut klien dan auditor yaitu hubungan antara *client satisfaction*, *attributes of quality audit*, *auditor changes* dan pengalaman kerja *controller* dengan menggunakan atribut kualitas jasa audit yang dikembangkan Carcello (1992) yang meneliti dari sudut pandang *financial statements prepares, users dan auditor*.

Kotler (2006 : 85) menyatakan bahwa pelanggan ingin memaksimalkan nilai. Nilai yang diterima pelanggan adalah perbandingan antara nilai total dengan biaya total yang timbul dari pembelian atau pemakaian barang atau jasa dari pelanggan. Nilai total meliputi semua nilai yang diperoleh dari produk (*product value*), nilai yang diperoleh dari jasa (*service value*), personil penjual (*personnel value*) dan citra perusahaan (*image value*) sedangkan biaya total pelanggan (*total customer cost*) meliputi harga yang harus dibayar (*monetary price*) oleh pelanggan, biaya waktu (*time cost*), biaya energi yang dikeluarkan (*energy cost*) dan biaya psikis.

Nilai yang diterima pelanggan adalah perbandingan antara nilai total dengan biaya total yang timbul dari pembelian atau pemakaian barang atau jasa dari pelanggan (Kotler : 2006). Perbandingan antara nilai total dengan biaya total yang timbul dari pembelian atau pemakaian barang atau jasa dari pelanggan setelah membandingkan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan. Selanjutnya, hasil perbandingan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan tersebut merupakan kualitas jasa audit. Dari definisi tersebut dapat diketahui adanya keterkaitan antara kualitas jasa audit dengan nilai yang diterima klien.

Kotler (2006) menjelaskan keterkaitan tersebut dengan cara mengidentifikasi tiga kondisi kualitas jasa yang mempengaruhi nilai yang diterima klien. Kondisi pertama adalah kualitas jasa yang buruk dimana jasa yang diterima berada dibawah harapan dan ini yang menyebabkan pelanggan merasa nilai yang diterimanya rendah. Kondisi kedua adalah kualitas jasa yang baik, dimana jasa yang diterima sesuai harapan dan ini yang menyebabkan pelanggan merasa nilai yang diterimanya telah sesuai. Kondisi ketiga adalah kualitas jasa yang sangat baik atau unggul, dimana jasa yang diterima melebihi harapan, dan ini yang menyebabkan pelanggan merasa nilai yang diterimanya sangat tinggi. Dengan demikian terdapat keterkaitan yang erat antara kualitas jasa audit dengan Nilai yang diterima klien. Adanya kualitas jasa audit yang tinggi menyebabkan nilai yang diterima klien tinggi, sebaliknya kualitas jasa audit yang buruk menyebabkan nilai yang diterima klien rendah. Adapun formulasinya adalah kualitas jasa audit berpengaruh positif terhadap nilai yang diterima klien .

V. Penutup

Tingginya kualitas jasa audit menjadikan tingginya nilai yang diterima klien dan mendorong komitmen pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan layanan dari penyedia layanan, karena pelanggan merasa bahwa layanan yang diterimanya itu sesuai atau melebihi harapannya serta tidak didapatkan dari penyedia layanan lainnya. Nilai yang diterima klien terbentuk jika kualitas jasa baik atau unggul dalam arti jasa yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan yang merasakan tingginya nilai yang diterimanya terdorong untuk loyal terhadap jasa yang disediakan penyedia layanan.

Tiga kondisi kualitas jasa yang mempengaruhi nilai yang diterima klien, yaitu : 1) kualitas jasa yang buruk dimana jasa yang diterima berada dibawah harapan dan ini yang menyebabkan pelanggan merasa nilai yang diterimanya rendah; 2) kualitas jasa yang baik, dimana jasa yang diterima

sesuai harapan dan ini yang menyebabkan pelanggan merasa nilai yang diterimanya telah sesuai; dan 3) kualitas jasa yang sangat baik atau unggul, dimana jasa yang diterima melebihi harapan, dan ini yang menyebabkan pelanggan merasa nilai yang diterimanya sangat tinggi. Dengan demikian terdapat keterkaitan yang erat antara kualitas jasa audit dengan nilai yang diterima klien. Adanya kualitas jasa audit yang tinggi menyebabkan nilai yang diterima klien tinggi, sebaliknya kualitas jasa audit yang buruk menyebabkan nilai yang diterima klien rendah.

Adanya kualitas audit yang baik atau unggul, dimana jasa yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan, mendorong komitmen pelanggan tetap bertahan menggunakan jasa dari penyedia jasa, karena pelanggan merasa bahwa jasa yang diterimanya itu sesuai atau melebihi harapannya serta tidak didapatkan dari penyedia jasa lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, A.A., Elder, R.J., Beasley, Mark S., 2006, *Auditing and Assurance Service An Integrated Approach*, Upper Saddle River, New Jersey.
- Behn, B., K., Carcello, J., V., Dana R. Hermanson and Roger H. 1997. The Determinants of Audit Client Satisfaction Among Clients of Big 6 Firms, *Accounting Horizons*. Vol.11 No.1:pp 7-24.
- Young, S. Mark 1997. *Reading in Management Accounting* 2nd ed. Prentice Hall. Inc. New Jersey
- Boynton, William C., Johnson, Raymond N, 2006. *Modern Auditing*. Seventh Edition. John Willey & Sons, Inc. USA.
- Carcello, Joseph V. Roger H. Hermanson and Neal T. McGrath. 1992. Audit Quality Attributes: The Perceptions of Audit Partners, Preparers, and Financial Statement Users. *Auditing : A Journal of Practice and Theory* . 11 (1) : Spring.
- Clampitt, PG and CW, Down, 1995. Employee Perception of the Relationship Between Communication and Productivity : A field Study. *The Journal of Business Communication*.
- De Angelo, L.E, 1981. Auditor Size and Audit Quality, *Journal of Accounting and Economics*. 3. pp.183-199.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty, How to Earn It : How to Keep It*, Singapore : Lexington Books, hal : 4,21,35.
- Han Flora & Debbie Leong. 2000. *Productivity & Service Quality : An Essential Reading For Service Providers*. Prentise Hall.
- Hoffman, K Douglass, & John E.G. Bateson. 2002. Second Edition. *Essentials of Services Marketing Concepts, Strategies and Cases*. Harcourt. Inc.

- Ikatan Akuntan Indonesia , 2001. *Standar Profesional Akuntan Publik . Per 1 Januari 2001*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- James G. Barnes .2003. *Secrets of Customer Relationship Management*, McGraw Hill,hal : 104,112,123,142.
- Khomsiyah , Nur Indriantoro,1998. *Pengaruh Orientasi Etika Terhadap Komitmen dan Sensitivitas Etika Auditor Pemerintah di DKI Jakarta*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia. Vol.1 No.1.
- Knapp, C,Michael . 1985. *Audit Conflict: An empirical Study of The Perceived Ability of Auditors to Resist Management Pressure*. Accounting Review (April): 202-211
- Konrath, Larry F.,2002. *Auditing A Risk Analysis Approach*. 6 th Edition , Thomson Learning ,South Western ,USA.
- Kotler.P.2006, *Marketing Management*, International Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Lev.B.,1979. *Discussion of The Predictive Power of Limited Information in Preliminary Analytical Review on Empirical Review*. Journal of Accounting Research (Supplement,1979)
- Mahon James J.1982. *The Marketing of Professional Accounting Services* . John Wiley & Sons. Canada
- Mautz R.K., dan Hussein A.Sharaf. 1993. *The Philosophy of Auditing*. American Accounting Association .
- Menon, Krishna Gopal and Joanne Deahl Williams.1994. *The Use of Audit Committees for Monitoring*. Journal Of Accounting and Public Policy Vol.13: 121-139
- Mock, T.J and Samet. 1982. *A Multi-attribute Model for Audit Evaluation*. In *Proceedings of the VI University of Kansas Audit Symposium*.
- Parasuraman dalam Glyn, William J & James G, Barnes.1996. *Understanding Service Management*. John Willey & Sons.
- Shockley, Randolph A. 1981. *Perceptions of Auditors Independence : An Empirical Analysis*, The Accounting Review. (Oktober 1981).
- Sukrisno Agoes.2003. *Pengaruh Penerapan Standar Auditing, Penerapan Standar Pengendalian Mutu dan Kualitas Jasa Audit Terhadap Tingkat Kepercayaan Pengguna Laporan Akuntan Publik*. Disertasi Program Doktor. Universitas Padjadjaran Bandung.
- Woolf, Emily.1997. *Auditing Today 6th edition*. Prentice Hall .Europe : London.
- Zeithaml ValerieA, M.J. Bitner.2003. *Interactive Service Marketing*, First Edition, USA, MC Graw-Hill Co. Inc.